

**ANALISIS PENGARUH HARGA, SUASANA TOKO, DAN EMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM
HYPERMARKET SUKOHARJO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas di Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

IDA NURGIYATI

B100140239

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS PENGARUH HARGA, SUASANA TOKO, DAN EMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM HYPERMARKET SUKOHARJO

oleh:

IDA NURGIYATI

B100140239

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari senin, 5 Februari 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Nur Achmad, S.E., M.Si

(Ketua Dewan Penguji)

2. Drs. Ma'ruf, M.M

(Sekretaris Dewan Penguji)

3. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D

(Anggota Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M)

NIDN 0017025701



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **IDA NURGIYATI**

NIRM : **B100140239**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH HARGA, SUASANA TOKO,
DAN EMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
ASSALAAM HYPERMARKET SUKOHARJO**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2018

Yang membuat pernyataan

IDA NURGIYATI

MOTTO

“Bersikaplah kukuh seperti batu karang yang tidak putus-putusnya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, bahkan ia menentramkan amarah ombak dan gelombang itu.”

(Marcus Aurelius)

“Jika engkau memohon, memohonlah kepada Allah, dan jika engkau meminta pertolongna, mintalah pertolongan kepada Allah”

(HR. Tirmidzi 2516)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya hingga terselesainya skripsi ini. Kupersembahkan karya kecilku ini dengan rasa cinta dan kasih untuk:

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan anugerah dan mencerahkan nikmat dan hidayah-Nya.
- ❖ Bapak dan Ibu tercinta terimakasih atas doa, kasih sayang, kesabaran dan pengorbanan dalam mendidik dan membesarkanku.
- ❖ Kakak-kakakku dan adikku tercinta Sertu albustomi, dini, nunik, irfan, indah terimakasih atas semangat dan motivasinya selama ini.
- ❖ Untuk mantan terindahku Sertu ismail ali husna terimakasih atas semangat, kasihsayangnya, kebawelannya dan motivasinya selama lima bulan lalu yang mendukungku untuk mempercepat terselesainya skripsi ini.
- ❖ Untuk kekasihku tercinta Pratu farid ghozali mahar kusuma terimakasih atas semangatnya, motivasi dan perhatiannya setiap hari dan mendukungku untuk terselesainya skripsi ini dengan tepat waktu.
- ❖ Sahabat-sahabatku tercinta gengs mentel bunga (jeng), syarah (ompreng), putry (ences), niken (bulet), wiwit (jeng), endah (waplo), dina (yem) terimakasih atas perhatian, semangat, canda tawa dan arti kebersamaan selama ini.
- ❖ Sahabatku nurivinda terimakasih atas perhatian, semangat, canda tawa dan arti kebersamaan selama ini.
- ❖ Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAKSI

Analisis penelitian ini tentang pengaruh harga, suasana toko, dan emosi terhadap keputusan pembelian. Studi yang dilakukan pada Assalaam Hypermarket Sukoharjo. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 61 responden yang belanja di Assalaam Hypermarket Sukoharjo tersebut. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa *store atmosphere* dan emosional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam model yang dibentuk variabel harga, suasana toko, dan emosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 35,4% dan sisanya 64,6% masih dipengaruhi variabel lainnya.

Kata kunci: Harga, Suasana Toko, Emosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Analysis of this research about the influence of price, store atmosphere, and emotions to the purchase decision. Study conducted on Assalaam Hypermarket Sukoharjo. Samples taken in the study are 61 respondents who spend at Assalaam Hypermarket Sukoharjo. Analytical methods used are multiple linear regression analysis, validity and reliability test and classical assumption test.

Based on the results of the analysis found it can be explained that store atmosphere and emotional have a positive and significant influence on purchasing decisions while prices have a negative and significant influence on purchasing decisions. In the model formed price variables, store atmosphere, and emotions ability to explain the purchase decision of 35.4% and the remaining 64.6% is still influenced by other variables.

Key words: Price, Store Atmosphere, Emotions, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalaamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Suasana toko, Dan Emosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Assalaam Hypermarket Sukoharjo”, Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, Msi, Ph.D selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Nur Achmad, SE, M.Si selaku pembimbing akademis dan pembimbing skripsi yang telah memberikan dorongan dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta Khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
6. Bapak dan ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dan yang tiada bosan memberikan dorongan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
7. Kakak-kakakku dan adikku tercinta Sertu albustomi, dini, nunik, irfan, indah terimakasih atas semangat dan motivasinya selama ini.
8. Untuk mantan terindahku Sertu ismail ali husna terimakasih atas semangat, kasihsayangnya, kebawelannya, dan motivasinya selama lima bulan lalu yang mendukungku memepercepat terselesainya skripsi ini.
9. Untuk kekasihku tercinta Pratu farid ghozali mahar kusuma terimakasih atas semangatnya, motivasi dan perhatiannya setiap hari dan mendukungku untuk terselesainya skripsi ini dengan tepat waktu.

10. Sahabat-sahabatku tercinta gengs mentel bunga (jeng), syarah (ompreng), putry (ences), niken (bulet), wiwit (jeng), endah (waplo), dina (yem) terimakasih atas perhatian, semangat, canda tawa dan arti kebersamaan selama ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin.

Surakarta, Januari 2018

Ida Nurgiyati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Masalah	4
D. Manfaat Masalah	4
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pemasaran	7
1. Definisi Pemasaran	7
2. Pemasaran Ritel	8
3. Manajemen Pemasaran	9

	B. Keputusan Pembelian	9
	C. Harga	12
	D. Suasana Toko	15
	E. Emosi	18
	F. Penelitian Terdahulu	19
	G. Hipotesis	21
	H. Kerangka Pemikiran	25
BAB III	METODE PENELITIAN	26
	A. Jenis penelitian	26
	B. Populasi dan Sampel	26
	C. Data dan Sumber Data	27
	D. Metode Pengumpulan Data	27
	E. Definisi Operasional	28
	F. Pengukuran Variabel	28
	G. Teknik Analisis Data	32
	1. Uji Instrumen Penelitian	32
	2. Uji Asumsi Klasik	33
	3. Uji Hipotesis	34
	4. Koefisien Determinasi (R Square)	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
	A. Sejarah Singkat	39
	B. Gambaran Umum	40
	C. Karakteristik Responden	41

	D. Analisis Data	44
	E. Pembahasan	52
BAB V	PENUTUP	56
	A. Kesimpulan	56
	B. Keterbatasan Penelitian	57
	C. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur	42
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.5 Hasil pengujian Validitas	45
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	46
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Normalitas	47
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Multikolinieritas	48
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
-------------------------------------	----